

## **PERAN *SUPPORT SYSTEM* DALAM MENDUKUNG KEBERHASILAN DISTRIBUTOR (STUDI PADA PERUSAHAAN *MULTI LEVEL MARKETING* TIANSHI DI KOTA SINGARAJA PADA TAHUN 2013)**

Ida Bagus Wiradinata

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

e-mail: idabgswiradinata@yahoo.com, @undiksha.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Penerapan *Support system* pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja, (2) Peran *support system* dalam mendukung keberhasilan distributor pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey. Subjek dalam penelitian ini adalah para distributor pada perusahaan Tianshi di Kota Singaraja, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah peran *support system* terhadap keberhasilan distributor. Metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Menggunakan bantuan program SPSS for windows 16.0. Hasil penelitian yang diperoleh (1) *Onevision* sebagai *support system* pada perusahaan MLM Tianshi menerapkan berbagai kegiatan pendidikan dan pelatihan serta memberikan reward kepada distributor yang mampu memenuhi target yang telah dibuat oleh *onevision*, (2) *onevision* yang merupakan sebuah organisasi pendukung dalam perusahaan MLM Tianshi memiliki peranan yang sangat tinggi dalam mendukung keberhasilan dari para distributornya untuk mencapai kesuksesan pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja.

**Kata kunci:** support system, keberhasilan distributor

### **Abstract**

This study aims to determine ( 1 ) Application Support system at Tiens MLM company in the city of Singaraja, ( 2 ) The role of a support system in supporting the success of Tianshi distributors in MLM company in the city of Singaraja. This research is a descriptive study. Subjects in this study were in the company of Tianshi distributors in Singaraja City, whereas the object of this research is the role of a support system to the success of the distributor. Data analysis method used is descriptive quantitative. Using SPSS for windows 16.0 . The results obtained ( 1 ) Onevision as a support system at Tiens MLM Vendor implementing various education and training activities and provide rewards to distributors who are able to meet the targets that have been made by onevision, ( 2 ) onevision which is a supporting organization of the MLM company Tianshi has a very high role in supporting the success of its distributors to achieve success in MLM companies Tianshi in Singaraja City.

**Keywords:** support system, success distributor

## PENDAHULUAN

Kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai macam kebutuhan yang bertingkat-tingkat adanya (Suherman Rosyidi:2012). Pada tingkatan pertama (*primary needs* atau kebutuhan primer), manusia membutuhkan sandang (pakaian), pangan (makanan dan minuman), dan papan (tempat tinggal). Apabila kebutuhan primer ini sudah tercapai, maka munculah di dalam pikiran manusia untuk memenuhi kebutuhan kedua (*secondary needs* atau kebutuhan sekunder) sepatu, sepeda, pendidikan, dan sebagainya. Jika keadaan memungkinkan, muncul keadaan untuk memenuhi kebutuhan yang ketiga (*tertiary needs* atau kebutuhan tersier) yang berisi kebutuhan akan barang-barang mewah. Pemenuhan berbagai kebutuhan tersebut memerlukan biaya yang relatif besar, sehingga seseorang harus bekerja demi memperoleh penghasilan. Upaya yang bisa dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut hanyalah dengan memperoleh pekerjaan yang disediakan oleh pemerintah maupun swasta tetapi juga telah banyak diupayakan oleh masyarakat untuk mampu mandiri dalam membuka suatu usaha atau berbisnis.

Persaingan dan keragaman dunia bisnis di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat dan ketat. Semakin menjamurnya perusahaan bisnis pada semua tingkatan, skala kecil, menengah, hingga berskala besar baik itu dalam bidang produk maupun jasa. Berkembangnya bisnis tersebut menyebabkan begitu banyak alternatif atau pilihan bagi masyarakat untuk memilih jenis bisnis yang sesuai dengan keinginannya. Salah satu variasi bisnis yang sedang berkembang dewasa ini adalah bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Bisnis MLM merupakan bisnis yang bergerak di sektor perdagangan barang dan jasa yang menggunakan sistem MLM sebagai strategi bisnisnya. Adapun sistem MLM itu sendiri adalah metode yang digunakan sebuah induk perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen melalui suatu jaringan orang-orang bisnis yang independen. MLM juga disebut bisnis *personal franchise* atau waralaba pribadi

dimana orang-orang dalam bisnis tersebut (distributor) membeli ijin usaha atau *lisensi* bisnisnya dari perusahaan induknya untuk menawarkan suatu produk yang bermutu dan sistem yang baik, yang didukung oleh bahan-bahan pengajaran dan sistem-sistem pemasaran yang sudah teruji efisiensinya.

Sistem ini menggunakan modal yang kecil karena modalnya hanya untuk membuat ijin usahanya dan untuk membeli produknya saja, waktu yang fleksibel karena bisnis ini dijalankan dengan menggunakan waktu-waktu luang, tempat yang fleksibel juga karena untuk menjalankan bisnis ini tidak dibutuhkan bangunan atau gedung untuk menjalankannya, disamping itu resiko untuk menjalankan bisnis MLM ini juga kecil karena modalnya relatif kecil dan untuk menjalankan bisnis ini tidak membutuhkan latar belakang khusus karena nantinya akan ada sekolah bisnis yang mengajarkan cara-cara untuk menjalankan bisnis ini yang juga dibantu dan dibimbing oleh para tim kerja.

Hingga kini, masyarakat Indonesia masih awam terhadap bisnis MLM padahal MLM hanyalah salah satu metode untuk memasarkan produk. Banyak orang yang menyatakan bahwa MLM merupakan suatu terobosan baru yang hebat sehingga bisa menghasilkan kekayaan dengan sangat cepat. Namun di sisi lain, banyak orang yang menyatakan bahwa semua MLM bisa dikategorikan dalam skema penipuan keuangan, menguntungkan orang yang berada diatas atau orang yang lebih dahulu bergabungnya, bisnis yang sama seperti *money game* (permainan uang), terlalu banyak orang yang gagal, serta bisnis yang akan jenuh sehingga mereka menolak mutlak keberadaan bisnis MLM. Hal tersebut dikarenakan karena adanya mitos-mitos negatif seperti MLM dan kurangnya informasi yang berkembang di masyarakat yang membuat masyarakat menjadi trauma terhadap sebuah bisnis yang menggunakan sistem MLM (Benny Santoso:2008).

Hingga kini banyak perusahaan MLM yang ada di Indonesia. Sampai tahun 2014 terdapat 104 perusahaan MLM yang terdaftar dalam APLI (Asosiasi Penjualan

Langsung Indonesia). Hal tersebut paling tidak bisa menunjukkan bahwa perkembangan MLM di Indonesia terjadi dengan cukup pesat di tengah-tengah paradigma negatif masyarakat terhadap bisnis MLM.

Tianshi merupakan salah satu perusahaan MLM yang terdaftar di APLI. Perusahaan yang berasal dari Negara China ini bergerak dalam bidang produk kesehatan. Tianshi merupakan salah satu perusahaan MLM yang berkembang saat ini di tengah-tengah paradigma masyarakat yang masih awam terhadap MLM di Indonesia. Salah satu daerah yang menjadi perkembangan perusahaan MLM Tianshi adalah Kota Singaraja. Hal tersebut ditunjukkan oleh tingginya apresiasi masyarakat terhadap usaha yang menggunakan sistem MLM khususnya Tianshi baik yang bersifat pasif maupun aktif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik *sub stokis* 618 yang beralamat di Jl. Bukit Lempuyang Gg. Angsoka III Lingkungan Bakung Singaraja, menyebutkan bahwa rata-rata setiap bulan transaksi jual beli produk Tiens yang dilakukan oleh masyarakat mencapai Rp.402.564.333,33. Selain tingginya penggunaan produk tersebut, peningkatan apresiasi masyarakat juga disertai dengan peningkatan jumlah distributor yang mencapai 850 orang pada tahun 2013.

Keberhasilan dari sebuah bisnis MLM tidak terlepas dari adanya peranan sebuah *support system* yang memberikan wadah bagi para distributornya untuk belajar dan mengembangkan usahanya (Pindi Kisata:2010). *Support system* pada perusahaan MLM memberikan banyak pelatihan-pelatihan atau *training* dan pengalaman dari orang-orang yang telah berhasil. Adanya peran dari sebuah *support system* dari perusahaan MLM juga bisa dijadikan pedoman bagi para distributor untuk menjalankan bisnis MLM. *Support system* tersebut juga dijadikan sebuah acuan yang kuat bagi para distributor MLM Tianshi di Kota Singaraja sehingga perkembangan usaha para distributor Tianshi di Kota Singaraja terus meningkat di tengah paradigma masyarakat yang

masih awam atau trauma terhadap bisnis yang menggunakan sistem MLM.

Dari kondisi tersebut, menarik keinginan peneliti untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam judul "Peran *Support System* Dalam Mendukung Keberhasilan Distributor (Studi Pada Perusahaan *Multi Level Marketing* Tianshi di Kota Singaraja Tahun 2013)".

Burke Hedges (1997) menyatakan, *Support system* merupakan sebuah organisasi yang menyediakan berbagai sistem pendidikan untuk distributor dalam sebuah *Multi Level Marketing* (MLM). Biasanya perusahaan MLM hanya menyediakan produk atau jasa yang akan dipasarkan dan juga bonus yang akan dibayarkan kepada distributor. *Support System* yang menyediakan pendidikan dan alat penunjang yang memudahkan distributor dalam menjalankan bisnis MLM nya.

MLM Leaders (2007:31) menyatakan "*support system* merupakan sebuah wadah untuk memberikan panduan yang lengkap, jelas serta berjenjang dengan cara menyediakan *training* pelatihan, buku, kaset, seminar atau pertemuan". Banyak distributor MLM yang awalnya merasa minder, tidak mampu berbicara secara lancar, tidak memiliki keberanian, serta hambatan-hambatan pribadi yang lain, akan dilatih dan ditempa menjadi distributor yang handal.

Agribizi (2011) menyatakan, *Support system* juga merupakan organisasi pendukung yang menyediakan pelatihan-pelatihan dan sistem pendukung yang berguna untuk mengembangkan manusia dalam bisnis jaringan yang merupakan elemen penting yang diperlukan untuk keberhasilan sebuah bisnis jaringan.

Perusahaan-perusahaan MLM yang bisa berkembang besar dan bertahan lama adalah perusahaan MLM yang memiliki *support system*. Perusahaan yang tidak memiliki *support system* bisa dipastikan tidak akan berkembang atau bertahan lama.

Dalam *network marketing* yang baik, ada *support system* yang berfungsi sebagai sekolah bisnis sekaligus sebagai lingkungan yang sangat positif untuk

berkembang dan berhasil. Setiap orang yang bergabung dalam network marketing di perusahaan tersebut memiliki hak untuk memanfaatkan *support system* sebagai tempat pembelajarannya. Agribizi (2011) menyatakan, Orang yang secara disiplin mengikuti pendidikan dan arahan kerja *support system* dijamin akan memperoleh keberhasilan. Sebab dalam *support system* telah menyediakan “rumus baku” yang telah terbukti berhasil pada banyak orang dari berbagai latar belakang.

Peran suatu lembaga *support system* di dalam bisnis *network marketing* atau MLM memang sangatlah penting. Tanpa *support system* tidak akan pernah tercipta suatu sistem yang terkordinasi dari tingkat atas (perusahaan dan *upline leader*) dan tingkat bawah (para distributor). *Support system* biasanya dibentuk oleh kalangan *leader-leader* yang lebih dulu sukses di awal menjalankan bisnis MLM, namun juga *support system* sudah dibentuk oleh perusahaan MLM sejak awal sehingga *leader-leader* tinggal menjalankan konsepnya saja.

*Support system* yang dibentuk oleh para *leader* pendahulu yang telah sukses tentunya merupakan sebuah sistem yang dibuat sudah berdasarkan pengalaman-pengalamannya. *Support system* bertujuan agar para distributor atau jaringannya mengikuti langkah-langkah atau sistem yang telah dibuat dan kedepannya apa yang telah diraih oleh para leadernya, distributor lain juga mampu mendapatkannya. Untuk itu berbagai program *support system* mulai dijalankan untuk perkembangan usaha para distributornya. Program-program tersebut adalah pendidikan bisnis seperti berikut.

- a. Pertemuan presentasi rutin yang disebut dengan *opportunity preview* (OP) seminggu sekali.
- b. *Training* atau pelatihan *product knowledge* dan *marketing plan* dilakukan 1 bulan sekali.
- c. *Vision seminar* (VS) merupakan Seminar tentang pengalaman dan keesuksesan seorang *leader* dilakukan 2 bulan sekali.

Selain mengadakan sebuah program pendidikan demi kelancaran menjalankan

bisnis MLM, *support system* juga menyediakan apa yang biasa disebut alat bantu dalam bentuk. a) brosur tentang produk; b) paket presentasi atau *flipchart*; c) CD tentang produk, *marketing plan*, *training* dan pembagian *reward*; d) majalah, buku motivasi, dan kaset baik tentang produk-produk, kesaksian, *marketing plan*, maupun tentang kisah sukses seorang *leader*.

*Support system* merupakan bagian yang terpenting bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang MLM. Hal ini disebabkan karena *support system* tersebut sangat menentukan keberhasilan usaha dari para distributor sebuah perusahaan MLM tersebut.

*Onevision* (2012) memaparkan ada empat dimensi yang harus digunakan oleh para distributor dalam sebuah *support system* pada perusahaan MLM Tianshi, yaitu.

- a. Tujuh Langkah Sukses, yang terdiri dari.
  - Impian dan sikap. Impian dan sikap merupakan suatu hal awal dan bagian terpenting bagi para distributor untuk mencapai tujuannya.
  - Memakai produk. Merupakan suatu penerapan kebiasaan bagi para distributor untuk menggunakan produk dari perusahaan sendiri untuk menjaga kesehatan pribadi maupun keluarga.
  - Daftar nama. Merupakan lahan bisnis yang akan menjadi prospek untuk mengembangkan bisnisnya.
  - Janji bertemu. Merupakan langkah setelah membuat daftar nama yang berfungsi untuk memastikan ketersediaan waktu prospek.
  - Presentasi. Merupakan suatu penjelasan peluang bisnis dan kesehatan bagi para prospek.
  - *Follow up*. Merupakan tindak lanjut dari presentasi yang biasanya akan menghasilkan daftar nama, pelanggan, dan distributor baru.
  - Alat bantu. Merupakan sebuah peralatan yang digunakan oleh para distributor untuk mempelajari lebih

- dalam tentang bisnisnya, yang terdiri dari buku, CD, dan pertemuan.
- b. Tiga Prinsip Dasar Distributor, yang terdiri dari.
    - Edifikasi. Merupakan sikap membangun, memuji, mempromosikan, memberikan kesan positif, memberi kekuatan, dan menghormati sesuatu.
    - Konsultasi. Merupakan pengarahan atau bimbingan dari para leader.
    - *No crosling*. Mengandung arti tidak berbicara tentang bisnis atau membicarakan kekurangan bisnis kepada orang lain dan grup.
  - c. Parameter Bisnis *Onevision* (PBO), yang terdiri dari.
    - Peringkat PBO. Merupakan peta target omset yang menjadi acuan bagi para distributor setiap bulannya.
    - Berlangganan CD. Merupakan sebuah kaset yang berisi tentang strategi serta pengetahuan tentang produk.
  - d. Tujuh Kebiasaan *Core Producer*.
    - Melakukan minimal 15 kali presentasi dalam setiap bulannya.
    - Selalu membuat target atau merencanakan kegiatan di setiap awal bulan.
    - Mengadakan rakor group dengan tujuan membantu menyusun target.
    - Memiliki, membaca, dan mendengarkan *stater pack*.
    - Membantu group mencapai targetnya.
    - Menjadi *Good Team Player* yang baik dalam setiap acara.
    - Melayani pelanggan setiap bulannya.

Penelitian ini akan menggunakan dimensi yang tertuang dalam proposal bisnis *Onevision* pada tahun 2012.

Distributor berasal dari kata distribusi. Agar suatu produk terjual, maka diperlukan upaya penyebaran produk (distribusi) dengan tujuan untuk memudahkan konsumen menikmati produk tersebut (Sentot Imam Wahjono: 2013). Pendistribusian produk kepada konsumen ini memerlukan adanya perantara. Apalagi di era global saat ini, dimana terdapat

kemungkinan suatu produk dinikmati oleh setiap konsumen yang secara geografis tempatnya sangat jauh dari lokasi perusahaan. Dalam hal ini diperlukan mata rantai pendistribusian. Kegiatan mendistribusikan produk tersebut adalah upaya produsen dalam rangka mengefisienkan upaya pemasaran yang bukan hanya menjual produk saja.

M. Manullang (2013: 128) menyatakan distribusi merupakan saluran untuk menyampaikan ke pasar atau kepada konsumen akhir. Ini meliputi kegiatan-kegiatan transportasi, perdagangan, dan pengawasan persediaan.

Menurut Fandi Tjiptono (2007), Secara garis besar pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan).

Seorang atau sebuah perusahaan distributor adalah perantara yang menyalurkan produk dari pabrikan (*manufacturer*) ke pengecer (*retailer*). Setelah suatu produk dihasilkan oleh pabrik, produk tersebut dikirimkan (dan biasanya juga sekaligus dijual) ke suatu distributor.

Menurut APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), *Multi level marketing* merupakan salah satu cara pemasaran untuk menjual barang secara langsung (*direct selling*). Penjualan langsung (*direct selling*) itu sendiri, pengertiannya adalah penjualan barang atau jasa tertentu kepada konsumen dengan cara tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha dan bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan dan iuran keanggotaan yang wajar.

Menurut Pindi Kisata (2010: 17) dalam menjalankan *direct selling* tersebut, biasanya sebuah perusahaan menggunakan 2 (dua) cara, yaitu.

- a. *Single Level Marketing* (pemasaran satu tingkat), yang maksudnya adalah metode pemasaran barang atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui



program pemasaran berbentuk satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang atau jasa yang dilakukannya sendiri.

- b. *Multi Level Marketing* (pemasaran multi tingkat), yang maksudnya adalah metode pemasaran barang dan jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya.

Banyak orang yang menganggap MLM sebagai “terobosan baru” yang luar biasa dan merupakan cara terbaik untuk mendapatkan uang. Bahkan, sampai saat ini banyak orang masih menganggap pendapat di atas sebagai suatu kebenaran. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya perusahaan MLM yang ada di Indonesia dan banyaknya orang yang berminat untuk bergabung dalam program-program yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Benny Santoso (2008: 27) menyatakan, MLM hanyalah salah satu metode untuk memasarkan produk. MLM hanyalah suatu bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi. Perhatian utama dari MLM adalah menentukan cara terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inivasi di bidang pemasaran dan distribusi. Sekali lagi MLM hanya berkaitan dengan bagaimana bisa menjual suatu produk dengan lebih efisien dan efektif kepada pasar.

MLM Leader (2007: 68) menyatakan, MLM merupakan metode pendistribusian barang atau jasa dengan sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk jaringan. Dimana para distributornya akan mendapatkan pendapatan dari penjualan langsung yang dilakukan sendiri dan pendapatan dari total omset jaringan atau kelompok atau organisasi yang telah dibangunnya.

*Tiens Group Co. Ltd* atau Tianshi didirikan pada tahun 1995 oleh Mr. Li Jinyuan di kawasan pengembangan

Wuqing, taman industri teknologi baru di Tianjin, China yang memiliki luas kawasan industri sebesar 400 hektar. Tiens Group memasuki pasar internasional pada tahun 1997 dan masuk Indonesia pada tahun 2001 yang diresmikan langsung oleh Ibu Megawati Soekarno Putri. Hingga kini Tianshi telah menjadi sebuah grup multinasional yang spesialis di bidang bioteknologi, retail, pendidikan, pariwisata, keuangan, perdagangan internasional, E-Bisnis, dan bidang lainnya dengan menyatukan modal industri, modal komersial, dan modal keuangan. Tianshi memiliki anak perusahaan atau cabang di 110 negara serta daerah dan konsumen di lebih dari 190 negara dan daerah dengan mengembangkan makanan kesehatan, perawatan kesehatan, perawatan kecantikan, dan produk perawatan rumah tangga. Tianshi menawarkan sebuah gaya hidup berkualitas tinggi dengan kesehatan, kebahagiaan, keindahan, dan kekayaan kepada lebih dari 20 juta konsumen di seluruh dunia.

Pendiri Tianshi, Mr. Li Jinyuan lulus dari Universitas Nankai meraih gelar pascasarjana dan kualitas ekonomi senior Mr. Li Jinyuan kini menjabat sebagai direktur utama presiden Tianshi dan ketua dewan direksi, CEO Tianshi *Biotech Group* (USA) inc. dan mendapat gelar *Doktor Honouris Causa* dari UNESCO PBB. Sebagai seorang pengusaha, pendidik, filantropis, dan aktivis sosial yang terkenal, Mr. Li Jinyuan pada masa mudanya telah menerjunkan diri ke usaha energy, makanan, farmasi, dan sebagainya. Oleh sebab itu beliau telah memiliki akumulasi pengalaman substansial dan keahlian pengalaman di bidang pengelolaan perusahaan. Dengan filsafat publik “berasal dari masyarakat, berkontribusi kepada masyarakat” Tianshi selalu memegang tanggung jawab sosial perusahaan. Sampai saat ini telah disumbangkannya RMB 1,5 miliar untuk amal dan kesejahteraan social. Menyehatkan manusia, melayani masyarakat, mengembangkan industri merupakan inti filosofi perusahaan dan dianggap juga sebagai momentum pertumbuhan yang tanpa batas.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran *support system* dalam mendukung keberhasilan distributor pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja pada tahun 2013. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei.

Dalam penelitian ini rancangan penelitian yang dimaksud adalah untuk mengetahui peran *support system* dalam mendukung keberhasilan distributor pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja. Secara langsung peneliti ingin mengetahui sejauh mana peranan dari *support system* tersebut sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan distributor untuk menjalankan usaha MLM Tianshi di Kota Singaraja.

Penelitian ini dilakukan di Kota Singaraja yang merupakan Ibu Kota Kabupaten Buleleng dan secara geografis

berada di tengah-tengah Kabupaten Buleleng.

Dari populasi sebanyak 850 orang distributor Tianshi di Kota Singaraja pada tahun 2013 yang diambil yaitu sebanyak 90 orang sampel, namun karena jumlah sampel masih dirasa kurang dan untuk mengantisipasi permasalahan yang nantinya terjadi di lapangan, maka sampel penelitian ditambah lagi 10 orang sehingga jumlah sampel menjadi 100 orang.

Jumlah populasi distributor di Kota Singaraja sangat besar yang terdiri dari berbagai macam usia, latar belakang pekerjaan, dan tingkat ekonomi yang berbeda pula sehingga dari karakteristik yang berbeda tersebut peneliti menggunakan penarikan sampel dengan teknik strata. Tujuan penarikan sampel dengan teknik strata ini agar mewakili populasi dalam setiap karakteristik maupun jumlahnya.

Sebaran sampel distributor Tianshi di Kota Singaraja pada tahun 2013 dapat dilihat pada table di bawah ini.

No	Lata Belakang Pekerjaan	Populasi Orang	Sampel Orang
1	PNS	128	15
2	Karyawan Swasta	172	20
3	Petani	182	21
4	Pedagang	236	26
5	IRT	106	11
6	Pelajar/Mahasiswa	64	7
<b>Total</b>		<b>850</b>	<b>100</b>

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner dan dokumentasi.

Sebelum kuesioner disebarakan kepada responden, kuesioner akan diuji terlebih dahulu. Adapun pengujian yang dipergunakan adalah sebagai berikut.

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas instrumen menggunakan teknik analisis korelasi *Product Moment Person*, dengan rumus sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

(Arikunto, 2009:180)

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi yang dicari

N = banyaknya responden

X = skor item instrument yang akan digunakan

Y = skor semua item instrument dalam variabel tersebut

Pengujian validitas menggunakan korelasi *Product-Moment Pearson* dibantu dengan program *Statistic Product and Service Solution (SPSS) for Windows*.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk instrumen penelitian ini menggunakan rumus Alpha. Adapun rumus Alpha sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[ \frac{K}{(K-1)} \right] \left[ \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

(Arikunto, 2009:180)

Keterangan:

 $r_{11}$  = reliabilitas instrumen $k$  = banyak butir pertanyaan atau banyak soal $\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir $\sigma t^2$  = varians total

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan program *Statistic Product and Service Solution (SPSS) for windows*.

Pada penelitian dengan menggunakan skala likert ini, penulis menggunakan lima *option* yakni, 1) Sangat setuju (SS), 2) Setuju (S), 3) Kurang setuju (KS), 4) Tidak setuju (TS), 5) Sangat tidak setuju (STS). Pada masing-masing *option* mempunyai nilai yang berbeda sesuai dengan pernyataan. Jika pernyataannya bersifat positif maka nilai setiap *option* adalah sebagai berikut: SS=5, S=4, KS=3, TS=2, dan STS=1 dan sebaliknya jika pernyataan bersifat negatif nilai setiap *option* adalah: SS=1, S=2, KS=3, TS=4, dan STS=5

Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu untuk mengetahui peran *support system* terhadap perkembangan distributor pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja. Data yang telah terkumpul melalui kuisioner tersebut selanjutnya akan dianalisis per dimensi sehingga diperoleh gambaran mengenai peranan *support system* terhadap perkembangan distributor pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja. Analisis data dalam penelitian ini melalui beberapa langkah-langkah sebagai berikut.

a. Menentukan jumlah skor dari masing-masing dimensi yang diperoleh dari penyebaran kuisioner.

b. Menentukan skor tertinggi dan skor terendah dari keseluruhan alternatif jawaban.

Skor tertinggi = jumlah responden x bobot tertinggi x jumlah item

Skor terendah = jumlah responden x bobot terendah x jumlah item.

c. Menentukan interval atau rentang dengan rumus sebagai berikut.

$$Interval = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{Kategori}$$

d. Menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data untuk selanjutnya dideskripsikan.

e. Pengambilan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

*Onevision* adalah sebuah *support system* tunggal pada perusahaan MLM Tianshi di Indonesia, begitu pula *support system* tersebut digunakan di Kota Singaraja khususnya. *Onevision* disusun oleh para distributor secara terpadu berdasarkan pengalaman-pengalaman dari orang-orang (*leader*) yang telah berhasil membangun aset yang sehat di bisnis MLM Tianshi. Program *Onevision* akan memberikan pendidikan dan pelatihan yang sistematis untuk mencapai kesuksesan pada lima aspek kehidupan, yaitu. 1) Kesehatan; 2) Kesejahteraan; 3) Spiritual; 4) Keluarga; dan 5) Sosial. *Onevision* sebagai organisasi pendukung yang akan membantu membangun dan mengembangkan aset para distributor Tianshi. Metode dan program-program dari *Onevision* telah terbukti membantu banyak distributor menjadi pengusaha profesional yang memiliki banyak jaringan atau grup diseluruh indonesia, maupun berkembang sampai kermanca negara.

*Onevision* yang merupakan sebuah organisasi pendukung telah menyelenggarakan berbagai kegiatan pendidikan dan pelatihan untuk mendukung perkembangan usaha para distributornya. Adapun serangkaian kegiatan yang diadakan oleh *Onevision* adalah.

a. *Opportunity Preview* (OP) yang merupakan kegiatan yang dilaksanakan seminggu sekali. Kegiatan ini berisikan tentang pemaparan peluang kesehatan dan peluang kesejahteraan yang ditujukan kepada prospek atau orang baru dan para distributor untuk mempermudah dan memperjelas pemahaman prospek terhadap produk Tianshi maupun sistem bisnisnya.



- b. *Producer Meeting* (PM) merupakan acara yang dilaksanakan sebulan sekali. Kegiatan ini bertujuan untuk membuka paradigma dan fakta terhadap sebuah bisnis yang menggunakan sistem MLM kepada para prospek maupun kepada para distributor.
- c. *Training Product* merupakan sebuah acara yang biasanya dilaksanakan sebulan sekali yang ditujukan kepada prospek maupun para distributor untuk mempelajari dan mengetahui berbagai keluhan penyakit, gejala, cara mengatasi, dan menghindarinya. Acara ini biasanya diisi oleh pembicara yang memiliki latar belakang seorang dokter atau seorang trainer yang tentunya sudah memiliki banyak kesaksian dan pengalaman terhadap produk Tianshi.
- d. *Vision Seminar* (VS) adalah acara akbar yang dilaksanakan setiap 2 bulan sekali. Kegiatan ini merupakan sebuah seminar tentang pengalaman dan kesuksesan seorang *leader*. Biasanya para pembicara di acara vision seminar tersebut berasal dari luar daerah yang akan membagi pengalamannya selama menjalankan bisnis Tianshi.
- e. *Dream Building Weekend* dan *Royal Weekend* yang merupakan acara bersyarat, hanya distributor yang memenuhi syaratlah yang bisa mengikuti acara ini. Acara tersebut merupakan santai yang berisi berbagai kegiatan pembelajaran, permainan, maupun perlombaan yang bertujuan untuk membina rasa kekeluargaan dan kerjasama terhadap para distributor yang dilakukan dengan suasana yang berbeda. Acara tersebut biasanya diadakan setiap 6 bulan sekali.
- f. *Crown life* merupakan acara bersyarat yang dikemas dengan cara santai yang berisi berbagai kegiatan pelatihan dan permainan, yang biasanya dikoordinir oleh kantor *Onevision* pusat sehingga tempatnya berpindah-pindah diseluruh Indonesia. Dalam acara inilah banyak dilakukan pembelajaran lima aspek kehidupan, manajemen keuangan, pengembangan jaringan, dan sebagainya.

- g. *Dream Holiday Onevision* (DHO) merupakan acara yang banyak dikejar oleh para distributor karena acara ini merupakan acara berlibur ke luar negeri secara gratis yang biasanya diadakan setahun sekali dan tentunya harus lolos kualifikasi.

*Support system* merupakan suatu sistem atau organisasi pendukung MLM yang dikerjakan oleh para *leader* pada MLM itu sendiri yang kegiatannya adalah pembelajaran berupa *training*, pertemuan, seminar, dan semacamnya berfungsi untuk menyamakan satu visi, satu tujuan untuk mengembangkan jaringan bisnis MLM. Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada 100 orang distributor se-Kota Singaraja berikut ini disajikan hasil penelitian tentang peran *support system* terhadap perkembangan distributor pada perusahaan MLM Tianshi yang meliputi dimensi yaitu: (1) Tujuh Langkah Sukses, (2) Tiga Prinsip Dasar Distributor, (3) PBO atau Parameter Bisnis *Onevision*, (4) Tujuh Kebiasaan *Core Producer*.

Berdasarkan hasil kuisioner yang diberikan kepada 100 responden yang merupakan distributor Tianshi menunjukkan bahwa peranan *support system* pada dimensi Tujuh langkah sukses berada pada kategori sangat tinggi dengan skor 5358 yang berada pada rentang 5040 - 6000, dimensi tiga prinsip dasar berada pada kategori sangat tinggi dengan skor 2225 yang berada pada rentang 2100 - 2500, dimensi Parameter Bisnis *Onevision* (PBO) berada pada kategori sangat tinggi dengan skor 1344 yang berada pada rentang 1260 - 1500, dan dimensi tujuh kebiasaan *core producer* berada pada kategori sangat tinggi dengan skor 6194 yang berada pada rentang 5880 - 7000. Secara total *support system* berada pada kategori sangat tinggi dengan skor 15121 yang berada pada rentang 14280 - 17000. Jadi *support system* yang merupakan organisasi pendukung dalam sebuah perusahaan MLM Tianshi memiliki peranan yang sangat tinggi dalam mendukung keberhasilan dari para distributornya untuk mencapai kesuksesan pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja.

## PEMBAHASAN

*Onevision* merupakan *support system* pada perusahaan Tianshi yang dibuat berdasarkan pengalaman dari para *leader* dengan metode serta langkah-langkah kerja yang mudah diduplikasikan. *Onevision* sebagai organisasi pendukung juga banyak menyediakan berbagai pelatihan dan pendidikan bagi para distributornya untuk mengembangkan bisnisnya. Selain berupa pendidikan *onevision* juga memberikan penghargaan berupa *reward* kepada para distributornya yang berprestasi dalam mengembangkan bisnis Tianshi di luar *reward* yang diberikan oleh perusahaan Tianshi dengan tujuan untuk lebih membangkitkan semangat para distributornya.

### Dimensi Tujuh Langkah Sukses

Dimensi ini dapat diartikan sebagai langkah awal dari sebuah perjalanan bisnis yang harus diterapkan dan dilaksanakan oleh setiap distributor. Peran tujuh langkah sukses ini sangatlah penting dalam menentukan keberhasilan usaha para distributor pada perusahaan MLM Tianshi, karena dalam tujuh langkah sukses tersebut memuat bagaimana cara-cara untuk bagaimana mengerjakan usaha ini dari awal.

Walaupun dimensi tujuh langkah sukses ini memiliki peranan yang sangat tinggi dalam mendukung keberhasilan distributor dengan skor 5358, namun berdasarkan hasil kuisioner pada dimensi tujuh langkah sukses ini juga belum mendapatkan skor yang maksimal yaitu sebesar 6000. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada indikator “menggunakan alat bantu” yang memiliki skor paling rendah diantara indikator yang lainnya yaitu 438,5. Penggunaan alat bantu memiliki skor yang paling rendah karena para distributor masih belum memaksimalkan berbagai alat bantu yang disediakan oleh *onevision* seperti buku, CD NET-P, pertemuan, konsultasi dengan *leader* aktif, dan *sharing* dari para *crosline*. Jika para distributor ingin memiliki jaringan yang kuat pada perusahaan Tianshi hendaknya setiap distributor aktif tidak mengabaikan setiap

indikator pada dimensi tujuh langkah sukses ini.

### Dimensi Tiga Prinsip Dasar Distributor

Dimensi ini merupakan sikap dasar yang harus dipahami oleh para distributor dalam menjalankan usaha MLM. Peran *support system* pada dimensi tiga prinsip dasar distributor ini menjadi sangat tinggi karena pada dimensi ini kita diajarkan bagaimana membina hubungan baik terhadap para *leader*, para grup, kepada para *crosline*, maupun kepada para prospek. Namun, walaupun dimensi tiga prinsip dasar ini memiliki peranan yang sangat tinggi dalam mendukung keberhasilan distributornya dengan skor 2225 namun berdasarkan hasil kuisioner pada dimensi tiga prinsip dasar ini juga belum mendapatkan skor yang maksimal yaitu sebesar 2500. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada indikator “edifikasi” yang memiliki skor paling rendah diantara indikator yang lainnya yaitu 441. Kondisi tersebut dikarenakan rasa egois dalam setiap distributornya sehingga menjadi lupa dalam membangun sebuah jaringan yang kuat dibutuhkan adanya sebuah kerjasama sebuah tim yang kuat juga. Dalam dimensi ini hendaknya para distributor benar-benar memahami ketiga indikatornya untuk membina hubungan baik kepada setiap orang yang nantinya berpengaruh juga terhadap kepribadian seorang distributornya.

### Dimensi Parameter Bisnis *Onevision* (PBO)

Pada dimensi ini terdapat peta atau acuan untuk para distributor untuk mendapatkan pilihan target kerja yang berupa omset yang harus dicapai setiap bulannya. Pada dimensi ini juga terdapat peringkat-peringkat bagi para distributor setiap bulannya yang selalu berubah-ubah sesuai dengan berapa omset yang dicapai bersama grupnya. Dimensi ini memiliki skor 1344 sehingga menjadi sangat penting bagi para distributor karena pada dimensi ini para distributor diberikan peta atau acuan untuk mengerjakan usaha MLM. Namun berdasarkan hasil kuisioner pada dimensi PBO ini juga belum mendapatkan skor

yang maksimal yaitu sebesar 1500. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada indikator “berlangganan CD” yang memiliki skor paling rendah diantara indikator yang lainnya yaitu 444. Kondisi tersebut disebabkan kurangnya pemahaman distributor tentang CD NET-P yang berisikan tentang pengalaman-pengalaman dari leader-leader yang telah berhasil dan pendidikan untuk mengerjakan usaha MLM Tianshi yang nantinya bisa dipinjamkan kepada para prospek untuk membuka paradigma mereka tentang usaha dengan sistem MLM. Hendaknya para distributor tidak mengabaikan setiap indikator pada dimensi PBO agar para distributor memiliki target-target yang jelas untuk membangun sebuah jaringan yang kuat dan terdidik.

### Dimensi Tujuh Kebiasaan Core Producer

Keberagaman jenis latar belakang pekerjaan pagi para distributor membuat industri MLM menjadi sangat unik. Sehingga untuk menjalankannya diperlukan suatu acuan yang bisa dipergunakan oleh para distributor untuk mengerjakannya.

Walaupun peranan *support system* pada dimensi tujuh kebiasaan core producer ini berada pada kategori sangat tinggi yaitu dengan skor 6194 namun berdasarkan hasil kuisioner pada dimensi tujuh langkah sukses ini juga belum mendapatkan skor yang maksimal yaitu sebesar 7000. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada indikator “melakukan minimal 15 kali presentasi setiap bulannya” yang memiliki skor paling rendah diantara indikator yang lainnya yaitu 430,5. Kondisi tersebut dapat dilihat dengan banyaknya kegiatan group yang dibantu oleh *leader* sponsornya yang aktif, sehingga para leader kekurangan waktu untuk melakukan presentasi kepada daftar nama pribadinya. Kurangnya kemandirian group juga menjadi salah satu penyebabnya. Dengan demikian mengajarkan tujuh kebiasaan *core producer* kepada para distributor baru menjadi sangatlah penting dilakukan sejak dini untuk mengukur tingkat kemandirian sebuah group.

## SIMPULAN DAN SARAN

### SIMPULAN

- a. *Onevision* merupakan *support system* yang digunakan dalam MLM Tianshi yang disusun berdasarkan pengalaman leader yang telah terbukti berhasil membangun asset pada perusahaan MLM Tianshi. Secara umum, penerapan *onevision* sebagai organisasi pendukung di Kota Singaraja memberikan berbagai kegiatan pendidikan dan pelatihan antara lain, Opportunity Preview (OP), Producer Meeting (PM), Training Product, Vision Seminar (VS). Kegiatan-kegiatan *onevision* tersebut akan mendukung keberhasilan para distributor membangun asset dan mampu meraih kegiatan liburan bersyarat seperti, Dream Building Weekend (DBW), Royal Weekend (RW), Crown Life, Dream Holiday Onevision (DHO), serta meraih *reward-reward* lainnya yang ditawarkan dari perusahaan Tianshi.
- b. *Support system* yang merupakan organisasi pendukung dalam sebuah perusahaan MLM Tianshi berada pada kategori sangat tinggi dengan skor 15121 dan berada pada rentang 14280 – 17000. Sehingga *onevision* yang merupakan sebuah organisasi pendukung dalam perusahaan MLM Tianshi memiliki peranan yang sangat tinggi dalam mendukung keberhasilan dari para distributornya untuk mencapai kesuksesan pada perusahaan MLM Tianshi di Kota Singaraja.

### SARAN

Berdasarkan temuan-temuan dilapangan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut.

- a. Para manajemen dari organisasi *support system onevision* diharapkan untuk lebih sering mengadakan acara *product training* yang dari trainer yang memiliki latar belakang seorang dokter sehingga bisa lebih memahami cara mencegah dan tehnik mengobati berbagai macam penyakit dan para distributor lebih bisa memanfaatkannya untuk mengajak group maupun prospek untuk mendapatkan manfaatnya juga.
- b. Para manajemen dari organisasi *support system onevision* diharapkan

juga untuk lebih sering mengundang para motivator-motivator Indonesia agar bisa lebih memperkuat mental distributornya.

- c. Para distributor yang ingin menjalankan bisnis MLM Tianshi agar senantiasa konsisten mengikuti program-program yang dilaksanakan oleh onevision agar bisa tetap mendapatkan pendidikan dan pelatihan sehingga tetap bisa menjalankan bisnis MLM dalam cara yang benar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agribizi. 2011. *Melihat Masa Depan Network Marketing (MLM)*. Jakarta : Percetakan Nusantara.
- Ariani, Dorothea Wahyu. 2002. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Yogyakarta : Ghalia Indonesia.
- Arikunto, Suharsini. 2003. *Manajemen Penelitian*. Cetakan Keenam. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- , 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ghozali. 2009. *Teknik Analisis Data*. Bandung: Ganeca Excat Bandung.
- Hasan, Iqbal. 2008. *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hedges, Burke. 1997. *Copypcat Marketinng 101*. Jakarta: Network TwentyOne Indonesia.
- Irianto, Agus. 2008. *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kiyosaki, Robert. T. 2010. *The Cashflow Quadrant*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- , 2012. *Business School*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kisata, Pindi. 2010. *Why Not MLM*. Jakarta: Percetakan Nusantara.
- Undiksha. 2011. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Tugas Akhir Program Sarjana dan Diploma Undiksha*. Singaraja.
- Manullang, M. 2013. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Indeks
- MLM Leader. 2007. *The Seccret Book of MLM*. Surabaya: PT. Menuju Insang Cemerlang.
- Moleong, Lexy. J. 1990. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Remaja Rosadakarya.
- Onevision. 2012. *Proposal Bisnis dan Panduan Kerja*. Yogyakarta.
- Santoso, Benny. 2008. *All About MLM*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya.
- Susianthi. 2009. *Analisis Efektivitas Penggunaan Strategi Multi Level Marketing Pada Perusahaan Tianshi*. Skripsi tidak diterbitkan. Singaraja : Universitas Pendidikan Ganesha.
- Tjiptono, Fandy.2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Ofset
- Tracy, Brian. 2005. *MLM Sukses*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- , 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utomo, Harry. 2013."Kedahsyatan Industri MLM". Tiens Vision, Volume 03 (hlm. 17).

- Vinayanti. 2009. *Strategi Perekrutan dan Analisis Pembagian Bonus Distributor Perusahaan Amway dan Tianshi di Bali*. Skripsi tidak diterbitkan. Singaraja : Universitas Pendidikan Ganesha.
- Wahjono, Sentot Imam. 2013. *Binsis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wirawan, Nata. 2014. *Cara Mudah Memahami Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Denpasar: Keraras Emas.